



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

LICENCIATURA EN PERIODISMO

TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA / ENSAYO

**TEMA: CARACTERÍSTICAS QUE DIFERENCIAN AL PÚBLICO DE LAS
RADIO AM Y FM EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES Y GRAN BUENOS
AIRES.**

**SUBTEMA: ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS MEDICIONES DE AUDIENCIA DE
IBOPE**

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ALUMNA: MARÍA EUGENIA PIAGGIO

DIRECTOR DE LA CARRERA: DR. DANIEL SINÓPOLI

ASIGNATURA: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

OCTUBRE DE 2003

15-4-149-0384

4832-3093

mepiaggio@hotmail.com

INDICE

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1- LA CUESTIÓN CRONOLÓGICA	5
NACIMIENTO DE LA AM EN ARGENTINA	5
El invento de Marconi	6
Desarrollo de la radio	7
Competencia de la televisión	8
La radio en la Argentina	8
Un medio con patrones propios	9
El radioteatro argentino	10
Función periodística de la Radio Argentina	11
NACIMIENTO DE LA FM EN ARGENTINA.....	12
EL DESARROLLO DEL SONIDO DIGITAL.....	13
CAPÍTULO 2 – LA CUESTIÓN TÉCNICA	16
DIFERENCIAS BÁSICAS ENTRE EL SONIDO DE LAS RADIOS DE AMPLITUD MODULADA Y DE FRECUENCIA MODULADA ESTEREOFÓNICA.....	16
Interferencias	19
CAPÍTULO 3 - LA CUESTIÓN DEL CONTENIDO	23
LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO AM Y LA PREVALECÍA DE LA PALABRA	23
Clasificación de los programas de radio.....	25
La charla	27
El noticiero: la noticia.....	28
La nota, la crónica	28
El comentario.....	29
El diálogo.....	29
La entrevista	29
La entrevista indagatoria	30
El radioperiódico	30
La radorrevista (programas misceláneos).....	31
Las mesas redondas	31
El radorreportaje	31
El radiodrama	31
Radio hablada y radio musical.....	32
LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO FM Y LA PREVALECÍA DE LA MÚSICA	34
EL FÚTBOL.....	37
CAPÍTULO 4 - LAS CIFRAS CONCRETAS	40
MEDICIONES DE IBOPE Y ANÁLISIS DE LAS CIFRAS.....	40
CAPÍTULO 5 - CARACTERÍSTICAS DEL PÚBLICO	44
PERFIL DE LOS OYENTES DE FM (12-34 AÑOS).....	44
PERFIL DE LOS OYENTES DE AM (35-74 AÑOS)	47
CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES QUE DISTINGUEN A LA AUDIENCIA DE AM Y FM.....	50
CONCLUSIÓN	52
ANEXO - Inventores y pensadores que ayudaron a hacer lo que hoy es la radio..	55
BIBLIOGRAFÍA	58

INTRODUCCIÓN

El taxista escucha al mismo conductor de radio desde hace 10 años todas las mañanas mientras recorre la ciudad en busca de pasajeros, los de la agencia de Publicidad escuchan el programa del chico joven divertido que también tiene un programa en la tele, el que corre por Palermo para hacer ejercicio lleva puesta la radio que pasa música todo el día y el que atiende en el negocio sintonizó la frecuencia de clásicos. ¿Cuántos escuchan el fútbol los domingos? Tantos como los que hicieron de ésta una costumbre tan típica como escuchar las noticias a la mañana. Las adolescentes llaman a la radio para votar la canción de su ídolo pop en el ranking latino y la señora que está sola durante la noche de navidad, agradece que en la radio alguien se quede trabajando para hacerle compañía.

La radio nació en Buenos Aires y los porteños hemos hecho de ella toda una cultura.

En números concretos, esto se refleja en los resultados del último sondeo que realizó la empresa IPSOS Novaction, que indican que más del 67 % de la población convierte todos los días a la radio en el segundo medio de comunicación en importancia en la Argentina, detrás de la televisión. Estos resultados fueron obtenidos después de una compleja investigación de medios que analiza múltiples variables dentro del sistema y da cuenta de los consumos que genera cada uno. La metodología, consistió en entrevistas personales mediante un cuestionario estructurado cerrado con una duración estimada en 50 minutos. La muestra fue probabilística: se sorteó el entrevistado y se toma un universo que mantiene en igual cantidad a mujeres y hombres. La muestra especificó en mitades iguales a la cantidad de oyentes de ambos sexos y estimó que de ese 67 % en total a nivel país, el 43 % escucha sólo FM frente a un 18 % que lo hace sólo en AM.

Otro dato interesante es la relación de escucha con la edad. Si bien este muestreo dice que es pareja en todos los rangos, las personas de entre 25 y 34 años tienen el nivel más alto de audiencia con un 70 %. A su vez, se desprendió del estudio que cuanto más avanza la edad, más presencia tienen las emisoras de AM. Y, a medida que disminuye, la FM alcanza protagonismo.

Esta tendencia la viene confirmando también el Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) desde hace unos años. IBOPE es la medidora oficial argentina y sus resultados son utilizados por las agencias de publicidad y centrales de medios para pautar comercialmente. Por lo tanto, el mayor número de personas que escucha FM y la más corta edad de este público, tal como se ve en las mediciones, trae como último resultado mayores ingresos publicitarios en la FM que en la AM.

Pues bien, por muchos motivos las generaciones más jóvenes se acostumbraron a escuchar radios FM más que AM. Es que ellos, cuando descubrieron el sonido, éste ya era nítido, claro, stereo, fidedigno y limpio. Es decir, ya existía el CD y la radio FM.

La Frecuencia Modulada nació técnicamente como lo contrario a la Amplitud Modulada. La FM tiene sonido stereo y corto alcance de propagación, en cambio la AM es sonido monofónico y un largo espectro.

Y luego lo técnico determinó el mensaje. Y las FM centraron más su programación en la difusión de la música y las AM en cambio, actúan más por las noticias y el entretenimiento conversado.

Entonces el público elige. Y los jóvenes se inclinan por la FM, porque allí escuchan lo que les gusta: la música en su mejor expresión de calidad de sonido combinada con los comentarios de conductores que les hablan de lo que les interesa o divierte. Y la gente mayor todavía escucha AM, porque tal vez no les resulte tan molesto el sonido mono y con descargas y en cambio si valoran la información y la conexión que tienen con los conductores y su mensaje.

La AM nació en Argentina hace 83 años y ha sufrido dos hechos en la historia han golpeado su hegemonía: el nacimiento de la televisión y el de la FM.

Se ha dicho que de la pelea con la televisión ha salido victoriosa (o mejor dicho, que no la ha hecho desaparecer), pero hay que tener en cuenta que cuando se dice esto se hace referencia a la radio en general, las AM y las FM. En cambio, no se puede decir que esté ganando la pelea contra las FM. En todo el país, más gente escucha FM que AM. Pero

aún peor es si se tiene en cuenta el dato de la edad del público: hay que recordar que son los más jóvenes los que escuchan FM.

Este es un momento histórico importante para discutir este tema, porque si continúa el proceso normal que se viene desarrollando hasta ahora, las radios de frecuencia modulada tienen en las generaciones más jóvenes un público que se muestra atraído por su mensaje y sonido, algo muy distinto a lo que les sucede a las radios de amplitud modulada que tendrán en el futuro un peligroso desafío para renovar su público. Es de esperar entonces, que la AM revea su forma de comunicación y trazar estrategias para captar nuevos oyentes a fin de no ir desapareciendo lentamente.



CAPÍTULO 1- LA CUESTIÓN CRONOLÓGICA

NACIMIENTO DE LA AM EN ARGENTINA

El lunes 30 de agosto de 1920 el diario *La Nación* publicaba: "Se está haciendo en el Coliseo un experimento curioso e interesante en extremo. En algunas casas particulares, en los barcos del puerto y de la rada y en las estaciones radiotelegráficas de toda la ciudad, en un gran espacio alrededor de Buenos Aires, puede asistirse en estas noches a un espectáculo realmente maravilloso: un grupo de personas, en actitud atenta y recogida, escuchan, sin ver, la realización de los espectáculos líricos del Coliseo. El auditorio, en la sala o en el comedor, rodea un pequeño aparato que resuena con mayor claridad que el fonógrafo y sin el rumor de la aguja sobre el disco: la membrana del receptor vibra desesperadamente en su caja magnética y un amplificador expande en el ambiente de los graves acordes de "Parsifal" o las ardientes melodías de "Iris". Es un aparato de telefonía sin hilos, instalado por vía de ensayo en la sala de aquel teatro, y que envía a través de la atmósfera el sonido que pasa por un micrófono y que transformado en ondas hertzianas va a reproducirse en los receptores colocados en diversos puntos. Una nueva sociedad de jóvenes estudiosos y emprendedores que se titula La Radio Argentina ha llevado a cabo ese ensayo con un éxito sorprendente".

Se trataba de un experimento llevado a cabo por un grupo de amigos: Enrique Telémaco Susini, César Guerrico, Luis Romero Carranza y Miguel Mujica. Las agujas de los relojes apenas habían desequilibrado el ángulo recto de las nueve de la noche y gracias a la inquietud y la hazaña de estos jóvenes (también conocidos como "Los locos de la Azotea"), un pequeño grupo de antenas distribuidas en Buenos Aires sintonizaron los acordes de la obra de Richard Wagner.

Antes de esa noche del 27 de agosto de 1920, Susini y compañía ya eran radioaficionados y seguían los avances que ese medio fue adquiriendo desde que, en 1896, el italiano Guillermo Marconi patentó en Inglaterra su invento de la radiotelegrafía sin hilos.

En 1918, sobre el fin de la Primera Guerra, Susini -médico otorrinolaringólogo y amante de la música clásica- viajó a Francia para estudiar, cerca de los frentes de